

### **Señaló Luis Carlos Ugalde, entonces presidente del IFE.**

Martes 18 de marzo de 2014. Casi un año después de concluida la elección de 2006, el presidente del Instituto Federal Electoral (IFE), Luis Carlos Ugalde, reveló: “Enfrentamos un fenómeno inédito por su magnitud. Un 30 por ciento de la propaganda política que se transmitió en 2006 no sabemos quién la pagó, quién la ordenó. Eso significa que 30 por ciento del gasto en medios no está completamente comprobado”.

En febrero de 2008 el nuevo titular, Leonardo Valdés, adoptó su primera decisión: carpetazo a los 280 mil spots no reportados. “Tengo la convicción de que este Consejo General debe apresurar sus trabajos para, a la brevedad, cerrar los expedientes abiertos todavía del proceso electoral anterior”.

Fue una forma de congraciarse con los actores, entre ellos los que jugaron un papel fundamental: los consorcios televisivos. Vendría la más conflictiva elección intermedia que se recuerde. “En 2006 hubo una participación disruptiva de los medios –sostiene el consejero Lorenzo Córdova–, y la reforma en la materia pretendía acotar esos márgenes. Se da un viraje. Es una reforma reivindicatoria del Estado”.